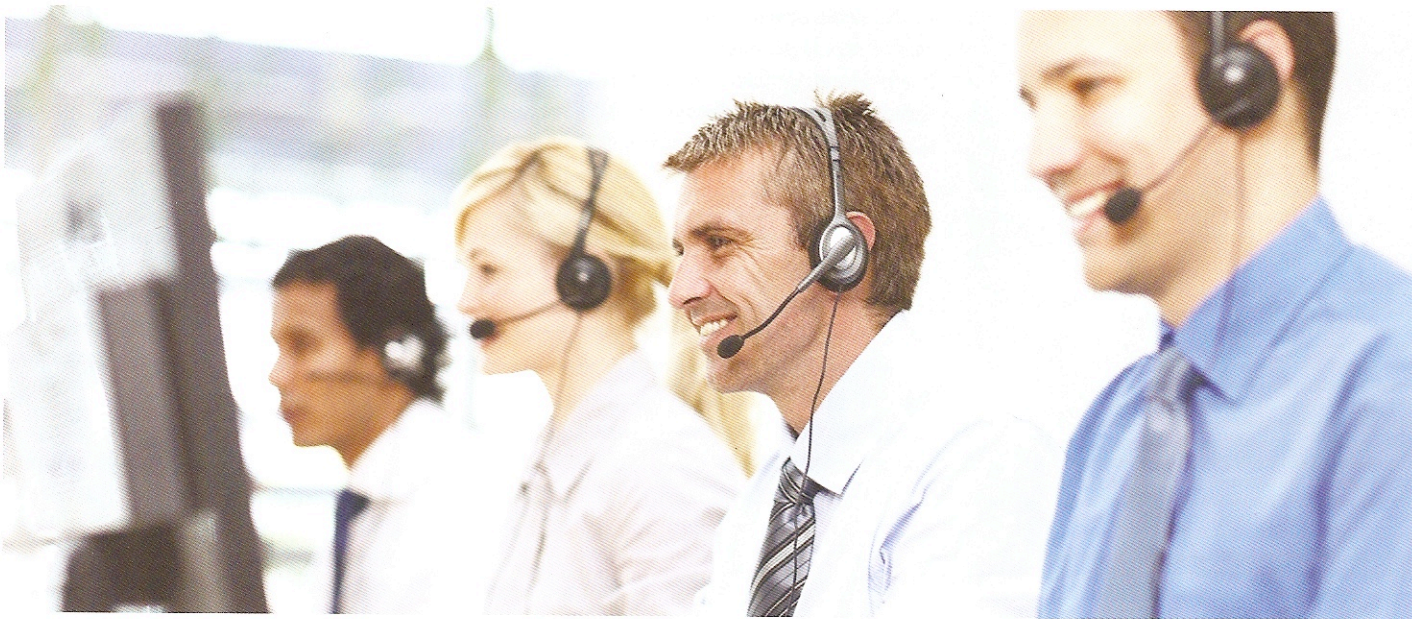


ONDERWIJS & ONDERZOEK

Callcenter heeft directe impact op verkoop

Investeren in medewerkers is investeren in klantentevredenheid



Callcenters worden doorgaans niet bij de belangrijkste afdelingen van een firma gerekend. Ook de medewerkers voelen zich er vaak onbelangrijk. Helemaal fout, zo blijkt uit onderzoek van Yves Van Vaerenbergh. Sterker nog: investeer in je callcentermedewerker, en je klantentevredenheid én verkoop stijgen meteen.

Yves Van Vaerenbergh is docent marketing en onderzoeker aan de Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen in Brussel en Leuven. Hij voerde in het verleden verschillende onderzoeken over de manier waarop ondernemingen hun dienstverlening kunnen verbeteren, zowel in opdracht van bedrijven als puur academisch. Deze keer echter zorgde een van z'n studenten voor de voorzet: "In opdracht van een firma maakte die z'n masterproef over callcenters. Centrale vraag was: rendeert het om te investeren in het welzijn van callcentermedewerkers? Dat vond ik een interessante invalshoek, dus besloten we het onderzoek verder uit te bouwen."

Geen positief imago

De resultaten van het onderzoek waren opmerkelijk. "Jobs in een callcenter hebben geen al te positief imago", vertelt Yves. "Niet onterecht is dat, want de druk ligt hoog en de werking is vrij controlegericht. Voldoen aan bepaalde prestatie-indicatoren: daar draait alles om. Maar: de callcentermedewerker is ook ontzettend belangrijk. Zij zijn haast altijd het aanspreekpunt, het enige contact tussen de klant en de onderneming. Bedrijven beseffen dat niet altijd. Hun belang komt ook zeer sterk naar voren in de resultaten van ons onderzoek. Kort samengevat: is je callcentermedewerker gemotiveerd, dan is je klant tevreden en stijgt je verkoop."

tend belangrijk. Zij zijn haast altijd het aanspreekpunt, het enige contact tussen de klant en de onderneming. Bedrijven beseffen dat niet altijd. Hun belang komt ook zeer sterk naar voren in de resultaten van ons onderzoek. Kort samengevat: is je callcentermedewerker gemotiveerd, dan is je klant tevreden en stijgt je verkoop."

"HET CALLCENTER IS EEN CRUCIALE SCHAKEL IN DE RELATIE MET KLANTEN."

Motivatie in drie stappen

Het komt er dus op aan om de callcentermedewerkers te motiveren, en zij blijken niet eens zo veeleisend. Yves: "Er zijn drie stappen. Ten eerste: investeer in empowerment. Laat mensen voelen dat hun job zinvol is, dat ze echt bijdragen aan de werking van het bedrijf, dat ze daadwerkelijk een verschil kunnen maken... Ten tweede: beloon. En dan heb ik het niet over financiële beloningen. Appreciatie blijkt minstens even belangrijk: een schouderklopje, of het bieden van toekomstperspectief. En ten derde: haal de workload iets naar omlaag. Voeg deze drie punten samen, en je krijgt een gemotiveerde medewerker."

Bewustwordingsproces

De resultaten van het onderzoek werden bijzonder enthousiast ontvangen. "De bedrijven staan hier echt voor open", zegt Yves. "Ze zijn ook vastbesloten om ermee aan de slag te gaan. Dat kan beginnen met kleine zaken. Bijvoorbeeld: nu

zijn de medewerkers vaak verplicht om in één gesprek op twee de klant te vragen zijn gegevens te controleren. Maar soms is die klant misnoegd, en niet in de stemming om zijn e-mailadres door te geven. Waarom de medewerker dan niet zelf laten beslissen of hij de gegevens vraagt, of misschien beter een volgende keer? Het is voor bedrijven een bewustwordingsproces. Ze werken al jaren op dezelfde manier, maar sinds het presenteren van de resultaten van het onderzoek merk ik dat men toch al kleine initiatieven lanceert om het welzijn van werknemers te verbeteren. De komende tijd kunnen ze evolueren naar een volledig nieuwe aanpak. Wij plannen nu al een vervolgonderzoek, om de impact van die nieuwe aanpak in kaart te brengen."



→ Onderzoeker Yves Van Vaerenbergh geeft advies voor de optimalisatie van uw callcenter.